

## 25 Jahre Urknall: Absichten – Bilanz - Ausblick

### 6. BERLINER MEDIEN DISKURS

#### *Es gilt das gesprochene Wort!*

Der Begriff, ja das Bild vom Urknall, das dieser Veranstaltung noch einmal den Titel gibt, ist 1987 durch ein Buch von zwei seinerzeit am Ludwigshafener Kabelpilotprojekt Beteiligten in Umlauf gebracht worden. Es handelt sich um eine Anleihe bei der physikalischen Kosmologie. Doch ist die Inanspruchnahme dieses Begriffs in unserem Zusammenhang ziemlich irreführend, zumindest wenn man damit die Plötzlichkeit eines eintretenden Ereignisses meint. Und am Anfang des medialen Universums befand man sich auch nicht mehr.

Von Plötzlichkeit konnte bei der Einführung des privaten Rundfunks in Deutschland jedenfalls keine Rede sein. Sieht man von den ersten Initiativen schon in den 1950er Jahren ab, die notwendigerweise an den technischen und rechtlichen Umständen damals scheitern mussten, zog sich die Etablierung des Privatfunks mehr als ein Jahrzehnt hin, gerechnet von der Einsetzung der Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems (KtK) im Jahre 1973. Der Weg zum so genannten „Urknall“ war langwierig, bedingt vor allem durch den medienpolitischen Meinungsstreit zwischen den Unionsparteien und der SPD. Nicht nur die Einrichtung der Kabelpilotprojekte war strittig. Zumal um ihre Ausgestaltung und Finanzierung gab es Auseinandersetzungen.

Die Etablierung des privaten Rundfunks war von politischen Absichten bestimmt und wurde mit Befürchtungen begleitet. Leitend war die Absicht, das Monopol der öffentlich-rechtlichen Anstalten aufzuheben, vor allem

das Fernsehen zu „entautorisieren“ und durch Konkurrenz den Menschen mehr Auswahl und Freiheit zu ermöglichen. Befürchtet wurde von den Gegnern negative Konsequenzen für Individuen und Gesellschaft. Man sprach beispielsweise von Reizüberflutung, drohender Abhängigkeit, Geschäft statt Gemeinwohl. Wobei unterstellt wurde, dass die öffentlich-rechtliche Organisationsform per se das Gemeinwohl verwirkliche.

Welche Folgen, so ist heute zu fragen, hatte die Einführung des privaten Rundfunks in Deutschland? Ich will die Antworten darauf, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, in neun Punkten zusammenfassen:

1. Die Zahl der Sender und der Programmeangebote in Hörfunk und Fernsehen hat sich drastisch erhöht. 1984 gab es in Deutschland 13 öffentlich-rechtliche Rundfunksender, die 7 Fernsehprogramme (ARD, ZDF, fünf Dritte) und 31 Radioprogramme ausstrahlten. 2006 gab es 15 öffentlich-rechtliche und 216 private Fernsehprogramme sowie 56 öffentlich-rechtliche und 235 private Radioprogramme. Diese Vermehrung hat sich in mehreren Wellen vollzogen, erst recht sprunghaft in den letzten Jahren durch die Digitalisierung. Anfang der achtziger Jahre waren es nur Kabel und Satelliten gewesen, die die Enge des terrestrischen Frequenzspektrums erweiterten. Inzwischen sind neue Technologien hinzu getreten, die die Übertragungsmöglichkeiten nochmals enorm potenziert haben, insbesondere das Internet. Freilich geht damit eine Fragmentierung der Senderlandschaft einher, die den Handlungs- und Refinanzie-

26. Mai 2009

[www.kas.de](http://www.kas.de)

[www.kas.de/mediendiskurs](http://www.kas.de/mediendiskurs)

zungsspielraum für die einzelnen Anbieter immer stärker partialisiert.

2. Verändert hat sich der Radio- und Fernsehempfang. Nach anfänglicher Stabilität hat sich die tägliche Reichweite des Fernsehens erhöht. 1982 hatte das Fernsehen im Jahresdurchschnitt eine Reichweite pro Tag von 72 Prozent, 2005 waren es 89 Prozent. In geringerem Umfang stieg die Hörfunk-Reichweite von 76 Prozent auf 84 Prozent. Im Jahre 1984 verteilten sich die Marktanteile nach Reichweite im Fernsehen (montags bis freitags) wie folgt: ARD 48 Prozent, ZDF 47 Prozent, Dritte Programme 23 Prozent. Im Jahre 2007 hatte das Erste im Jahresdurchschnitt eine Reichweite von 13,4 Prozent, das ZDF 12,8 Prozent, die Dritten zusammen genommen von 13,3 Prozent, RTL von 12,5 Prozent, SAT.1 von 9,5 Prozent und Pro Sieben von 6,5 Prozent. Dabei beruht der Vorsprung der Öffentlich-Rechtlichen in den letzten Jahren vor allem auf Sportübertragungen, wofür sie allein die gestiegenen Kosten für die Übertragungsrechte aufbringen können.

3. Erhöht hat sich der Radio- und Fernsehkonsum. 1983/84 betrug die Hördauer der Gesamtbevölkerung pro Tag 159 Minuten, die Sehdauer pro Tag 118 Minuten, 2007 waren es beim Radio 186 Minuten und beim Fernsehen 192 Minuten. Die Erhöhung beträgt beim Fernsehen ein gutes Drittel, beim Radio ein Sechstel. Das ist zwar insbesondere beim Fernsehen nicht wenig, dürfte aber weit entfernt sein von jener vor der Einführung des Privatfunks befürchteten Abhängigkeit. Zudem erscheint die Fernsehnutzungsdauer rückläufig: Von 2004 bis 2006 lag sie schon bei 202 Minuten, was gewiss durch die besonderen Sportereignisse bedingt war. Als „Bremse“ wirkt zudem die zunehmende Internet-Nutzung. Da man inzwischen auch im Internet fernsehen kann, wird die Messung der Reichweite aber immer komplizierter.

4. Die Rundfunknutzung hat sich diversifiziert. Das gilt insbesondere für das Fernsehen. Im dualen System werden in den Haushalten selbstverständlich mehr Programme genutzt als dies im öffentlich-rechtlichen Monopol möglich war. Anderer-

seits hat sich gezeigt, dass die persönliche Auswahl aus den Programmen limitiert bleibt. Natürlich hängt das von der individuellen Verfügbarkeit ab. Man misst das mit dem so genannten Kanalrepertoire (auch „relevant set“ genannt). Tatsächlich begnügen sich knapp zwei Drittel der Fernsehzuschauer mit drei Programmen. Mehr als 90 Prozent der gesamten Fernsehnutzung entfallen auf nicht mehr als zehn Sender. Die befürchtete Fragmentierung des Publikums ist jedenfalls nicht eingetreten. Denn bei vielen Zuschauern lässt sich auch eine bemerkenswerte „Kanal-treue“ feststellen. Immerhin gibt es eine deutliche Spaltung zwischen der älteren Bevölkerung, die die öffentlich-rechtlichen Programme bevorzugt, und den jüngeren Menschen, die mehr die privaten Sender einschalten. Bei den Jüngeren haben daher auch die Privaten den höheren Marktanteil.

5. Von der Einführung des Privatfunks wurden auch ökonomische Effekte erwartet. An zwei Indikatoren möchte ich dies belegen. Der Privatfunk, von Pay TV abgesehen, muss sich ausschließlich durch Werbeeinnahmen finanzieren. Tatsächlich ist der Werbemarkt in Deutschland in den letzten 25 Jahren enorm gewachsen, vor allem im Bereich der Fernsehwerbung. Die Gesamtwerbeaufwendungen in Deutschland wuchsen, gerechnet in Euro, von 7,65 Milliarden 1984 auf 20,35 Milliarden 2006. Den Löwenanteil an der Steigerung machte die Fernsehwerbung aus. Sie erhöhte sich von 680 Millionen Euro 1984 auf 4,1 Milliarden 2006. Die Hörfunkwerbung wuchs (in geringerem Umfang) von 268 Millionen Euro auf 680 Millionen Euro. Der Anteil der Fernsehwerbung an den gesamten jährlichen Werbeaufwendungen in Deutschland verdoppelte sich.

6. Ein weiterer ökonomischer Indikator können die Arbeitsmarkteffekte sein. Wie viele neue Beschäftigungsmöglichkeiten und Stellen die Einführung des privaten Rundfunks nach sich zog, lässt sich kaum präzise beziffern. Die Zahl der fest angestellten und sonstigen Mitarbeiter im Privaten Fernsehen stieg sozusagen von 0 bis 1996 auf über 8.900. Von 1998 bis 2001 kam es zu einem weiteren kräftigen Beschäftigtenaufbau.

26. Mai 2009

[www.kas.de](http://www.kas.de)

[www.kas.de/mediendiskurs](http://www.kas.de/mediendiskurs)

Danach ging die Beschäftigtenzahl im Rahmen von Maßnahmen der Kosteneinsparung zurück. Seitdem setzte wieder eine Phase langsamen Anstiegs ein. Die Gesamtzahl der Beschäftigten im privaten Fernsehen betrug 2006 16.500, davon 9.400 Beschäftigte ohne Telshopping-Kanäle. Deren Zahl hatte 2001 12.500 betragen, was einen Höhepunkt darstellte. Im privaten Hörfunk wurden 1996 7.400 Beschäftigte gezählt. Hier gab es in der Folgezeit weniger Ausschläge. 2006 waren es noch 6.700. Allerdings geben diese Zahlen keine hinreichende Vorstellung von den Arbeitmarkteffekten, weil beispielsweise die Arbeitsplätze, die in der Fersenproduktionswirtschaft und anderweitig mittelbar mit dem Privatfunk verbunden sind, nicht einberechnet sind.

7. Das Aufkommen des Privatfunks hatte erhebliche Folgen für die Programme. Im Hörfunk bildeten sich bestimmte Programmformate heraus, die auf die jeweilige werberelevante Zielgruppe ausgerichtet sind. Im Fernsehen entstanden einerseits Vollprogramme, außerdem aber auch Spartenprogramme (für Nachrichten, Sport, Video-clips). Die Vollprogramme warteten, um Zuschauer anzuziehen, mit einer ganzen Reihe neuer Sendeformen mit boulevardeskem Charakter auf. Dazu gehören diverse Shows, Talk-Sendungen, Gewinnspiele, Vorabendserien, Reality-TV usw. Mit nicht wenigen dieser Sendungen erregten die privaten Sender Anstoß. Die öffentliche Aufmerksamkeit kam ihnen im Grunde zupass. Bemängelt wird bei ihnen das Fehlen seriöser Information, die es zwar auch gibt, aber meist in den den privaten Sendern auferlegten „Fenstern“.

8. Der Privatfunk hat nicht nur eigene Programmformate hervorgebracht, sondern auch Auswirkungen gehabt auf die öffentlich-rechtlichen Programme. Erfolgreiche Sendeformen der Privaten sind von ARD und ZDF übernommen oder zumindest adaptiert worden. Solche Anpassung wird seit Jahren unter dem Stichwort „Konvergenz“ diskutiert. Während ARD und ZDF dies unter Hinweis auf ihre nach wie vor hohen Informationsanteile bestreiten, sind doch Tendenzen der „Entertainisierung“ auch dort fortgeschritten.

9. Schwer messbar ist, inwieweit die beabsichtigte Entautorisierung des Fernsehens eingetreten ist. Das Fernsehen würden, wie Erhebungen zeigen, heute zumindest nicht weniger Leute vermissen als noch Mitte der achtziger Jahre, wohl aber das Radio. Allerdings dürfte die Bindung eher noch stärker über die Unterhaltung laufen.

In einem Vierteljahrhundert privaten Rundfunk, auf das wir zurück blicken, haben sich durchaus nicht alle Erwartungen erfüllt. Dies gilt vor allem für die Erwartungen der Zeitungsverleger, die lange Zeit auf die Zulassung privaten Rundfunks gedrängt hatten und darin eine Chance für ein zusätzliches Geschäftsfeld erblickten, in dem sie ihre Unternehmen auch bei rückläufiger Presseentwicklung wahren sichern können.

In der Gründungsphase des privaten Rundfunks waren die Zeitungsverleger durchaus präsent. 167 Zeitungsverleger waren an der PKS, der Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk beteiligt, aus der SAT.1 hervorging. Wegen der großen Verluste in den ersten Jahren zogen sich die Zeitungsverleger und auch die Zeitschriftenhäuser Burda und Bauer aus diesem Sender zurück. Im Grunde gibt es Anteilseigner aus der Presse heute nur noch im privaten Hörfunk. Der Versuch der Übernahme der Pro Sieben Sat.1. Media AG durch den Springer Verlag scheiterte bekanntlich vor drei Jahren am deutschen Kartellrecht bzw. an dessen restriktiver Auslegung. Wozu das geführt hat und mit welchen Folgen - einer Übernahme durch die Finanzinvestoren Permira/KKR - ist bekannt. Vor diesem Hintergrund sind auch die Einwände der Zeitungs- und Zeitschriftenverleger gegen eine in ihren Augen extensive Erlaubnis von Internet-Aktivitäten für ARD und ZDF im jüngsten Rundfunkänderungsstaatsvertrag zu verstehen.

Der private Rundfunk ist in Deutschland vor einem Vierteljahrhundert gegen große Widerstände durchgesetzt worden. Diese Widerstände haben sich inzwischen weitgehend erledigt, was nicht heißt, dass es keine Kritik gäbe und auch keine Probleme für seine wirtschaftliche Entwicklung. Ähnlich wie man von einer Konvergenz zwischen

Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.

BERLIN

PROF. DR. JÜRGEN WILKE

26. Mai 2009

[www.kas.de](http://www.kas.de)

[www.kas.de/mediendiskurs](http://www.kas.de/mediendiskurs)

den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunkprogrammen spricht, kann man vielleicht von einer medienpolitischen Konvergenz zwischen den großen Parteien sprechen. Die Unionsparteien, die sich im Wesentlichen die Durchsetzung des Privatfunks zuschreiben können, brauchen dies angesichts der erzielten Effekte nicht zu bedauern, werden aber in anderer Hinsicht enttäuscht sein. Die publizistische Vielfalt ist, so wie man sich das vorstellte, wohl nicht eingetreten, und auch diverse Programmformate werden in wertkonservativen Kreisen nicht auf Gegenliebe stoßen. Auf der anderen Seite hat sich die SPD mit dem privaten Rundfunk nicht nur abgefunden, sondern anerkennt seinen Beitrag zur Medienlandschaft, ja sieht in deren Weiterentwicklung eine genuine Gestaltungsaufgabe. Dabei hat man die Vorbehalte gewiss nicht allesamt aufgegeben, was die kommerziellen Rundfunkanbieter als nicht chancengerecht empfinden werden und die öffentlich-rechtlichen Anstalten stärkt. Dennoch gibt es auch auf Seiten der SPD ernsthafte Bemühungen um ein gedeihliches Nebeneinander der beiden Säulen des deutschen Rundfunksystems.

Wie sehr sich die Situation geändert hat, mag man an folgender Episode ersehen. Vor wenigen Wochen ist in der Mainzer Staatskanzlei der Leiter der Rundfunkabteilung, Dr. Dieter Dewitz, in den Ruhestand getreten. Er gehörte schon mit zu den Beamten, die unter Bernhard Vogel und Staatssekretär Schreckenberger Anfang der achtziger Jahre die gesetzlichen Grundlagen für den Privatfunk in Rheinland-Pfalz legten. Dewitz ist aus Anlass seines Ausscheidens eine Festschrift gewidmet worden, an der auch Ministerpräsident Kurt Beck und Martin Stadelmaier, der Leiter der Staatskanzlei und Koordinator der Rundfunkpolitik der Bundesländer, mit geschrieben haben. Diese Festschrift trägt den schönen Titel: „Das Wunder von Mainz“. Das ist eine erstaunliche Formulierung nach 25 Jahren und könnte uns heute dazu verleiten, auch Bernhard Vogel als „Wundertäter“ zu feiern.